

عنوان مقاله:

ارائه یک سیستم پیشنهاد دهنده با استفاده از توجیه آوری به منظور افزایش اعتمادمشتریان در تجارت الکترونیک

محل انتشار:

دومین کنفرانس نوآوری در علوم کامپیوتر و مهندسی برق (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

الهام احسانی - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات موسسه آموزش عالی ادیبان

ناصر نصیری نوین - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات موسسه آموزش عالی ادیبان

حامد شیداییان - دانشجوی دوره دکتری مهندسی کامپیوتر دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

امروزه تعداد کاربران اینترنت که از وب برای انجام معاملات روزانه استفاده میکنند در حال افزایش است، در نتیجه تعداد قابل توجهی از شرکتها برای فروش محصولات و خدمات خود به سمت فروش اینترنتی رفتهاند. یک راه حل برای برنده شدن در این رقابت بدست آوردن دانشی در مورد ترجیحات مشتریان است تا خدمات مناسب تری را برای راضی کردن مشتریان فراهم کنند. یک روش برای بدست آوردن این نوع اطلاعات، سیستمهای پیشنهاد دهنده است. آنها الگوهایی از رفتارها را مطالعه میکنند تا پی ببرند کاربر از میان مجموعه ای از آیتم ها که هنوز تجربه نکرده است، کدام یک را ترجیح میدهد. امروزه استفاده از سیستمهای پیشنهاد دهنده به تنهایی دلیلی برای مورد استقبال قرار گرفتن پیشنهادات نیست به همین علت بسیاری از وب سایتهای تجارت الکترونیک به ارائه توضیحاتی در مورد محصول پیشنهاد شده و یا توجیهاتی درباره علت پیشنهاد آن محصول، روی آوردهاند. به همین منظور و در راستای بهبود کارایی و تاثیر سیستمهای پیشنهاد دهنده، این پژوهش سعی دارد با استفاده از تکنیکهای نوین در سیستمهای پیشنهاد دهنده مانند توجیه آوری باعث افزایش میزان اعتماد و رضایت مشتری شود. در این پژوهش داده های متنی و زمینه ای را با داده های رتبه بندی ادغام کردیم چرا که کارایی پیشبینی یک سیستم پیشنهاد دهنده را بالا برده و همچنین توجیهات دقیقی را برای پیشنهادات ارائه میکند. همچنین با توجه به نتایج بدست آمده مشخص شد که اکثر کاربران به پیشنهادات توجیه شده بیشتر اعتماد کرده و رضایت بیشتری از این نوع پیشنهادات دارند.

کلمات کلیدی:

سیستم های پیشنهاد دهنده، سیستمهای پیشنهاد دهنده ترکیبی، مبتنی محتوا، مبتنی بر زمینه، توجیه آوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/882876>

